



TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
Fakulta přírodovědně-humanitní
a pedagogická



Freeskiing jako sportovně zaměřená náplň volného času

Bakalářská práce

Studijní program: B7401 – Tělesná výchova a sport

Studijní obor: 7401R003 – Rekreologie

Autor práce: **Vojtěch Kobosil**

Vedoucí práce: PaedDr. Jindřich Martinec





TECHNICAL UNIVERSITY OF LIBEREC
Faculty of Science, Humanities
and Education



Freeskiing as a sport-oriented filling of leisure time

Bachelor thesis

Study programme: B7401 – Physical Education for Education

Study branch: 7401R003 – Recreationology

Author: **Vojtěch Kobosil**

Supervisor: PaedDr. Jindřich Martinec



Technická univerzita v Liberci
Fakulta přírodovědně-humanitní a pedagogická
Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Vojtěch Kobosil**
Osobní číslo: **P14000034**
Studijní program: **B7401 Tělesná výchova a sport**
Studijní obor: **Rekreologie**
Název tématu: **Freeskiing jako sportovně zaměřená náplň volného času**
Zadávací katedra: **Katedra tělesné výchovy**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Seznámit s freeskiingem, jeho historií a vývojem Výstroj a výzbroj pro freeskiing, finanční náročnost sportu Marketing ve freeskiingu Příprava a realizace freeskingových závodů po časové, materiální a finanční stránce Anketní šetření týkající se freeskiingu mezi lyžaři a freeskiery

Rozsah grafických prací:

Rozsah pracovní zprávy:

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

HÁJEK B., HOFBAUER B. a PÁVKOVÁ J., Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy. Praha: Portál, 2008. ISBN 9788073674731. ŠEDOVÁ, K. a SCHAUER H., FreeSkiing. Brno: Computer Press, 2003. Extrémní sporty. ISBN 8072269992. VOLÁK, J. a MIKULA L. Freeskiing: newschool lyžování. Praha: Grada, 2009. Sport extra. ISBN 9788024728377.

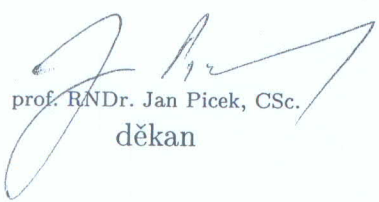
Vedoucí bakalářské práce:

PaedDr. Jindřich Martinec

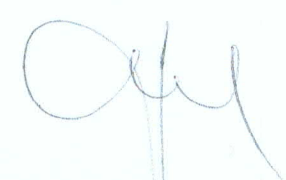
Katedra tělesné výchovy

Datum zadání bakalářské práce: **15. prosince 2016**

Termín odevzdání bakalářské práce: **28. dubna 2017**


prof. RNDr. Jan Pícek, CSc.
děkan




doc. PaedDr. Aleš Suchomel, Ph.D.
pověřen vedením katedry

V Liberci dne 15. prosince 2016

Prohlášení

Byl jsem seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum:

Podpis:

Poděkování

Velmi děkuji panu PaedDr. Jindřichu Martincovi za ochotu, cenné rady a metodické vedení při zpracování této bakalářské práce.

FREESKIING JAKO SPORTOVNĚ ZAMĚŘENÁ NÁPLŇ VOLNÉHO ČASU

Vojtěch Kobosil

BP-2014

Vedoucí BP: Paedr.

Jindřich Martinec

Anotace

Freeskiing jako sportovně orientovaná náplň volného času.

V teoretické části této práce jsou stěžejními tématy volný čas, způsob života, sport a hra. Následně je v teoretické části podrobně popsán freeskiing. Detailně se tato práce věnuje nejnovější formě freeskiingu, tzv. newschool lyžování. Dále je popsáno i marketingové prostředí v této sportovní oblasti.

Praktická část začíná dvěma anketami. Jedna je určená pro širokou veřejnost, druhá anketa byla sestavena pro freeskiery. Tato část obsahuje rovněž strategický postup pro realizaci sportovní akce, na který navazuje kapitola věnovaná přípravě a organizaci freeskiingových závodů v prostorech mezi Harcovskými kolejemi D a E v jibparku před klubem Had.

Klíčová slova: sport, volnočasové aktivity, hra, freeskiing, newschool

Annotation

The theoretical part of the bachelor theses focuses on a leisure time, lifestyle, sport and game. Furthermore in this theoretical part of work is defined and described freeskiing. This part focuses mainly of the newest form of freeskiing – newschool. The marketing of this sport follows next.

The practical part of this work starts with two surveys. The first one is made for public, the second one for freeskiers only. This part includes also a strategic planning of a sport event. At the end of this work is described the strategic approach of a freeskiing event, which is located in jibpark on Harcov campus in between buildings D and E in front of club Had.

Key words : sport, leisure activities, game, freeskiing, newschool

Obsah

Seznam obrázků	9
Úvod	10
1. Cíle práce	11
Teoretická část	12
2. Volný čas.....	12
Funkce volného času	12
Výchova ve volném čase.....	13
Způsob života	13
Životní styl	13
Volnočasové aktivity.....	14
Sport	14
Hra.....	15
3. Freeskiing.....	17
Historie	17
Filmografie.....	18
Rozdělení Freeskiingu.....	19
Předpoklady k činnosti.....	20
Freeskiing v ČR.....	21
Letní trénink	22
Výzbroj.....	22
Finanční náročnost	26
Marketing ve freeskiingu	29
Sponzoring	31
Praktická část	33
4. Analýza Freeskiingu.....	33
5. Výsledky	34
Anketa pro veřejnost.....	34
Anketa pro freeskiery.....	38
6. Organizace freeskiingových a snowboardových závodů	41
Postup pro realizaci sportovní akce.....	41
Marketing sportovní akce	45

Organizace závodů	45
Diskuze.....	49
Závěr	51
Seznam použitých zdrojů	53
Přílohy	55

Seznam obrázků

1 Twintip, Zdroj: www.snowpanic.cz	24
2 Reverse sidecut, Zdroj: www.snowpanic.cz	24
3 Tip and Tail Rocker, Zdroj: www.snowpanic.cz	24
4 Reverse Camber, Zdroj: www.snowpanic.cz	25
5 Zero Camber/Flat Camber, Zdroj: www.snowpanic.cz	25

Úvod

Následující práce se zabývá rozborem sportu, se kterým měla široká veřejnost možnost přijít do styku zejména až v posledních letech, například při prvních závodech pořádaných v roce 2014 v ruském Sochi. Jedná se o freeskiing; sport, který prošel za posledních 20 let obrovským vývojem a změnami. Z počátku nenápadný sport se spolu s rozšířením internetu a medií dostal do širšího podvědomí veřejnosti, zejména v zemích s příznivými sněhovými podmínkami, např. v Kanadě. Odtud také pocházejí první freeskiingoví průkopníci, za které jsou považováni obzvlášť členové skupiny New Canaidian Airforce.

1. Cíle práce

Hlavním cílem této práce je vysvětlit pojem freeskiing a představit tento sport široké veřejnosti. Freeskiing je sportem provozovaným úzkým okruhem lidí a stále ještě nemá takovou popularitu a není provozován veřejností tolik, jako jiné formy lyžování. Tato práce si tak klade za cíl seznámit a přitáhnout veřejnost k tomuto sportu.

Dílkými cíli bylo seznámit s marketingovým přínosem tohoto sportu a pomocí anket zjistit, zda má veřejnost o tomto sportu nějaké povědomí. Dalšími cíli bylo zjistit, jestli mají freeskieři nějaké společné znaky – např. jaké sporty dělají přes léto a zjistit, jaké přínosy pro ně tento sport má. Cílem je rovněž zachytit přípravu, průběh a vyhodnocení freeskiingových závodů po materiální, časové a finanční stránce.

Teoretická část

2. Volný čas

Pojem volný čas se dá charakterizovat jako doba odpočinku, rekreace a zábavy, staví se do protikladu k času stráveným povinnostmi. Do volného času zároveň nepatří doba strávená vykonáváním biologických potřeb člověka, jako například jídlo, spánek nebo zdravotní péče. Na volný čas se dá nahlížet různými způsoby. Ekonomické hledisko sleduje, jak velká část prostředků investovaných do různých volnočasových zařízení, se vrátí. Z hlediska produktivity je pak důležité, jak volný čas přispěje k tomu, aby byl člověk celkově produktivnější, protože odpočatý zaměstnanec je produktivnější než unavený. Dalšími hledisky jsou například sociologické a sociálněpsychologické, sledující vznikající a utvářející se mezilidské vztahy během činností ve volném čase. (PÁVKOVÁ, 2001)

Obecně se čas dá rozdělit na dobu pracovní, při které se člověk snaží získat prostředky nutné ke svému přežití, dobu nutnou mimopracovní, která slouží k vykonávání biologických potřeb, péče o domácnost a podobně. Volný čas má mnoho podob - manuální aktivity, aktivity fyzické, do kterých patří mimo jiné i freeskiing, kulturní aktivity, různé formy společenských setkání, sportovní zájmové činnosti a podobně. (KORVAS, 2013)

Funkce volného času

Volný čas dává člověku prostor k jeho zálibám, které mu posléze přinášejí radost a potěšení z vykonávaných činností. (Pohybové aktivity ve volném čase)

Funkce volného času závisí převážně na preferenci a možnostech daného jedince či skupiny. Celkově se dá ale funkce volného času shrnout do 3 skupin :

- Instrumentální – vývoj společnosti a její úroveň
- Humanizační - socializace
- Zábavná – sport, odreagování (Pohybové aktivity ve volném čase)

Pro tuto práci je stěžejní funkce humanizační a zábavná, neboť zde dochází ke kontaktu lidí se stejným zájmem, kteří tráví svůj volný čas převážně aktivně.

Výchova ve volném čase

Správné nakládání s volným časem dokáže podle Pávkové člověku do značné míry zefektivnit život. Jedním z esenciálních cílů výchovy je naučit člověka svůj volný čas využívat ke svému prospěchu, formovat jeho zájmy a podporovat jeho směřování. (PÁVKOVÁ, 2001)

Způsob života

Způsob života zahrnuje činnosti, které jedinec ve svém životě denně vykonává. V podstatě se dá říci, že se jedná o jakousi rutinu. S ohledem na téma práce se dá rozdělit způsob života na sedavý a aktivní. Lidé, kteří ve svém volném čase dávají přednost aktivním formám trávení volného času jsou na tom fyzicky lépe než neaktivní lidé, což jde ruku v ruce s jejich zdravotním stavem. Aktivní způsob života je úzce spjatý s životním stylem.

Životní styl

Způsob, jakým člověk nakládá se svým životním stylem, do jisté míry determinuje, jak kvalitní život daný jedinec vede. Mezi aspekty ovlivňující kvalitu patří například hodnotová orientace člověka, projevuje se také v jeho chování k ostatním a také ve způsobu využívání a následně i ovlivňování sociálních a životních podmínek. (PÁVKOVÁ, 2001)

Životní styl lze popsat jako uspořádání činností, vztahů a jednání mezi lidmi. Zahrnuje činnosti vykonávané jedincem a zohledňuje používané postupy jednotlivých činností. Jedná se o souhrn norem, které daný jedinec dodržuje a prosazuje. (PÁVKOVÁ, 2003)

Podle Linharta se životní styl skládá z následujících:

1. formy využívání volného času a strukturu časových rozpočtů;
2. pracovní charakteristiky (prostředí, charakter práce, složitost práce aj.);
3. parametry spotřeby, jak kvantitativní, tak kvalitativní;
4. postoje a chování spotřebitele k předmětu spotřeby;
5. systémy a množství interakcí, formy susedství a přátelství;
6. zvyky, obyčeje, rituály (LINHART, 1996)

Volnočasové aktivity

Pávková rozděluje činnosti ve volném čase na odpočinkové a rekreační. Odpočinkové činnosti jsou převážně klidného a odpočinkového charakteru – například spánek. Na druhé straně pak stojí rekreační činnosti, které se vyznačují intenzivnější pohybovou činností, převážně prováděnou na čerstvém vzduchu. (PÁVKOVÁ, 2001)

Odpočinkovými činnostmi jsou například klid na lůžku, společenské hry, čtení knih, poslech rádia či sledování televize, klidné vycházky. Rekreačními činnostmi jsou různá tělesná cvičení, patří sem vyrovnávací a uvolňovací cvičení a také provozování sportovních her, atletiky, gymnastiky plavání, lyžování a dalších sportů. (PÁVKOVÁ, 2001)

Sport

Rada Evropy definuje sport jako veškeré formy tělesné činnosti provozované příležitostně i organizovaně. Cílem sportu je zlepšení fyzické kondice a duševního zdraví, utváření společenských vztahů a v neposlední řadě také dosahování výsledků v daném odvětví sportu.

Sport jako takový přesahuje však meze obyčejné tělesné aktivity. Představuje totiž společenský a ekonomický jev, který do značné míry přispívá k porozumění jednotlivých kultur mezi sebou a rovněž si dává za cíl vychovávat mladé lidi a přispívat tak k jejich zdravému životnímu stylu. (EVROPSKÁ KOMISE, 2007)

Hra

Pohybová hra je činnost dvou navzájem soupeřících stran používající jeden společný předmět. Cílem je získat podle pravidel lepším ovládním daného předmětu více branek nebo bodů. Každá taková aktivita, ve které mezi sebou vzájemně soupeří dvě strany, je považována za pohybovou hru. (DRAXLER, 2012)

Pohybové hry můžeme dělit podle několika hledisek. Z hlediska počtu osob rozlišujeme hry ve dvojicích, skupinách nebo kolektivní. Z hlediska místa jsou to hry venkovní, v uzavřených prostorech nebo například ve vodě. Hry se rovněž rozlišují i dle ročního období – jarní, letní, podzimní a zimní hry. Hra také bere v potaz pohlaví soupeřících stran – dívčí a chlapecké. (JUKLÍČKOVÁ-KRESTOVÁ Z. A KOLEKTIV, 1989)

Rovný, Kabáčová a Granec rozdělují pohybové hry do 12 kategorií: honící, skákací, přenášecí, zaháněcí, přihrávací, odrážecí, trefovací, pálkové, pasovací, překážkové, orientační a branné. (ROVNÝ M., KABÁČOVÁ B., GRANEC K., 1988)

Ve freeskiingu existuje koncept hry s názvem S. K. A.T. E.. Jedná se o hru, ve které proti sobě soupeří dva jezdci, případně dva týmy složené z více jezdců. Hráči na začátku hrají hru kámen, nůžky, papír aby se určilo, která ze stran bude začínat. Vítěz zadává trik na překážce nebo skoku, který musí sám udělat a jeho soupeř tento trik zopakovat. V případě, že zadavatel triku trik úspěšně provede, přichází na řadu jeho soupeř. Ten se trik snaží udělat přesně podle zadání soupeře. Po úspěšném provedení triku soupeřem zadává první jezdec další trik. V případě, že se po úspěšném odjetí triku první jezdcem nepodaří jeho soupeři trik zopakovat, dostane druhý jezdec písmeno S. Hráč se všemi písmeny slova SKATE prohraje. Na

spravedlivý průběh hry dohlíží rozhodčí, který dle svého nejlepšího uvážení rozdává písmena při neúspěšné exekuci. Tento koncept v poslední době zpopularizoval zejména internetový portál www.slvsh.com, který během několika let svého působení natočil desítky her mezi nejlepšími světovými jezdci. Koncept se vymyká zejména tím, že se nehodnotí obtížnost triku jako v ostatních disciplínách (slopestyle, big air) ale dochází zde k přímému porovnání jezdců mezi sebou pomocí triků, které sami zadávají. Tým, který stojí za tímto webovým portálem, uspořádal už 3 velké turnaje po celém světě. Na ty vždy pozval desítku známých světových jezdců. Každý z těchto jezdců odehrál několik her proti různým soupeřům, kdy musel prokázat kreativitu a přizpůsobit své ježdění ostatním jezdci. Jedná se tak o poměrně promyšlený systém závodů, který objektivně srovnává úroveň ježdění každého z nich. Tyto závody pak samozřejmě vyhrávají jezdci, kteří jsou nejuniverzálnější a umí provést široké spektrum triků.

3. Freeskiing

Historie

Kořeny freeskiingu sahají až do roku 1971, kdy závodní lyžaři poprvé začali místo běžné jízdy po sjezdovkách zkoušet nejrůznější triky a ve volném terénu. I přes nesvary, které z počátku mezi snowboardisty a lyžaři panovaly, se snowboarding stal vzorem pro další vývoj freeskiingu, díky rotacím a grabům, které snowboardisti dělali a i díky tvaru snowboardu, který uměl jet na obě strany. Za průkopníky Freestyle lyžování jak ho známe dnes je považována skupina New Canadian Airforce (J. F. Cusson, Mike Douglas, J. P. Auclair, Vincent Dorion). Díky dohodě mezi nimi a společností Salomon došlo k vyrobení první twin tipové lyže, která umožňovala i jízdu a dopady pozadu, což je typický znak pro newschool lyžování, které bude stěžejní téma pro tuto práci.

Závody v boulích se staly i díky regulacím se strany FISu pro nezaujatého diváka nezáživnými. Rozdíly mezi jednotlivými jezdci byly tak nízké, že je divák neměl šanci zaznamenat. Jedním z průkopníků byl bezesporu Shane McConkey, který v té době závodil v boulích. Do své jízdy zařadil prvek, který se vymykal zaběhnutým trikovým variacím a de facto nebyl rozhodčími bodován. McConkey byl po své jízdě diskvalifikován. Na protest proti rozhodnutí rozhodčích odjel totožnou jízdu znova. Nahý. Svým přístupem do značné míry definoval, jakým směrem se bude sport vyvíjet. Svým příkladem chtěl dát najevo, že jde především o zábavu a svobodu projevu.

Největší boom ke konci devadesátých let a na přelomu tisíciletí. Bylo to i díky tomu, že časopis FREEZE uspořádal ve Vail v Californii první freeskiingové závody. Šlo tak vlastně o první závody, kde se freeskieři mohli měřit mezi sebou. Díky absenci pravidel, kdy rozhodoval spíše celkový dojem z jízdy – náročnost triku, plynulost letu, estetika projevu, se freeskiing začal enormně

rychle vyvíjet. Globální používání internetu společně v kombinaci s točením freeskiingových videí znamenalo také velký milník. Freeskieři se mohli porovnávat s ostatními freeskiery de facto online pomocí svých videí, tzv. editů. Jelikož se tento sport zejména o vizualizaci sama sebe, jedná se o nejlepší metodu tréninku. (THE NORTH FACE, 2013)

Filmografie

Freeskiingové filmy a videa jsou bezpochyby jedním z hlavních důvodů, proč se freeskiing začal zejména v posledních letech enormně rychle vyvíjet. Zároveň tím došlo i k rozšíření povědomí o tomto sportu mezi širokou veřejností.

Prvním producentem filmů o lyžování byl němec Arnold Fanck, který v roce 1920 natočil film o něčem, co by se dnes dal klasifikovat jako akční sport. Warren Miller byl prvním, kdo definoval žánr „ski movie“ a byl považován za kmotra tohoto žánru. První snímky byly převážně záběry jeho přátel, které natočil při lyžování a umožnil jim podívat se na jejich techniku lyžování s cílem zlepšit ji. Postupně začal do filmu přidávat i záběry mimo lyžování – z běžného života a mejdanů, kde aktéři prováděli věci, nad kterými zůstal rozum stát. Zhruba po deseti letech, kdy Warren Miller natočil svůj první film, začal filmy produkovat také další američan Dick Barrymore, který byl do značné míry ovlivněn filmy právě Warrenem Millerem. Stal se prvním režisérem, který začal natáčet filmy, jejichž obsah by se dal označit za freestylové lyžování, jednalo se o tzv. hot dog movement. Dalším člověkem, který se zasloužil o rozšíření lyžařské filmografie byl američan Greg Stump s jeho filmem The Blizzard of AAHHH's. Jednalo se průlom, který se dá označit jako počátek freeskiingu. Dalším důležitým momentem byla 90. léta 20. století. Matchstick production, Teton gravity research a Poor boyz production byly produkcemi, které začaly každoročně vydávat delší freeskiingové filmy obsazené nejlepšími světovými jezdci. Zlatou éru znamená pro freeskiing posledních 10-15 let. Došlo k významnému používání internetu a celkově k rozšíření filmařských technologií.

Toto období mělo zásadní vliv na utváření kariéry některých profesionálních freeskierů. Ti původně natáčeli sami sebe a videa dávali online s cílem ukázat, co je na lyžích možné dělat a porovnat sebe s ostatními. To je jeden z hlavních důvodů, proč se tento sport v posledních několika letech tak rychle vyvíjí. Za zlom by se dalo rovněž označit zařazení freeskiingu mezi olympijské sporty. První premiéru na olympijských hrách zažil tento sport v roce 2014 na olympijských hrách v ruském Soči. (THE NORTH FACE, 2013)

Rozdělení Freeskiingu

Freeskiing

1) Freestyle – newschool

Big air

Half pipe

Jibbing

Backcountry

2) Freeride – big mountain

Newschoolem se rozumí zejména jízda ve snowparcích, kde jsou všechny překážky vytvořeny speciálně za účelem provádění triků. Existuje ale také možnost, kdy jezdec jezdí ve volném terénu – tzv. backcountry freestyle. Jednou z nejvíce progresivních složek newschoolu je street jibbing, který představuje jízdu v ulicích měst, na různých překážkách jako jsou zábradlí, zídky a podobně. V podstatě jezdec využívá architekturu města. (VOLÁK, 2009)

Big airem je disciplína, kdy jezdec jede pouze na jeden velký skok a provádí na něm trik. Takové závody hodnotí většinou několik rozhodčích, které rozhodují o konečné známce. Hodnotí se obtížnost triku, kvalita provedení, styl, výška a styl, jakým jezdec skok ustál. (VOLÁK, 2009)

Takový závod se dá pořádat téměř všude, i díky relativně nízkým nárokům na množství sněhu. Ten je potřeba zejména na rozjezd a dopad, skok a jeho konstrukce bývá například z lešení. I díky tomu se závody v Big airu často konají ve městech, kde se těší velkému zájmu diváků. Mezi takové závody patří například City Air Contest ve Zlíbě.

V Zurichu se každoročně pořádá akce s názvem Freestyle.ch, kde může divák vidět nejlepší jezdce na světě. Společně s jibbingem patří do disciplíny slopestyle, trať tvořenou skoky a překážkami. (VOLÁK, 2009)

Half pipe

Half pipe (U-rampa) je dodnes jediná disciplína, která je uznaná lyžařskou federací (FIS). Speciální sněhové koryto slouží jezdci k provádění triků na hranách U-rampy (coping) tak, aby vždy mohl navázat trikem na druhé straně U-Rampy. (VOLÁK, 2009)

Jibbing

Jibbing je velmi rozšířenou formou. Jedná se o v podstatě o jízdu na různých překážkách z různých materiálů. Obecně se dá jibbing rozdělit na dvě skupiny. První, tzv. street jibbing je jízda na překážkách v městském prostředí. Je zde největší prostor pro kreativitu, protože městská architektura poskytuje celou řadu možností a kombinací. Druhou skupinou je jibbing na uměle vytvořených překážkách, které jsou ve snowparku. (VOLÁK, 2009)

Právě street jibbing je jedním z ústředních motivů ve freeskiingových filmech. Některé produkce jako např. americká Stept production natáčí freeskiingové filmy mimo snowparks, ve městech, lesích a podobně. Jedná se o formu, při které se dá být nejvíce kreativní, protože jezdce nelimituje prostor parku, jedinou překážkou je zde nedostatek sněhu.

Backcountry

Backcountry se rozumí jízda v hlubokém sněhu mimo sjezdovku. Zapojeny jsou prvky freestyle lyžování v kombinaci s hlubokým sněhem. Díky měkkému dopadu je backcountry vhodné i k učení nových triků. Ve filmové produkci rovněž se jedná rovněž o jedno z ústředních témat.

Předpoklady k činnosti

Freestyle lyžování je činnost, která je náročná na celý pohybový systém člověka. Dobrá fyzická kondice je předpokladem

k výkonu tohoto sportu a zároveň slouží ke snížení možnosti zranění. Je vhodné tedy posilovat hluboko uložené svaly, které mají vliv na správné držení těla. Vhodná cvičení jsou například systém cvičení TRX, které dobře slouží ke zpevnění středu těla a rozvoji síly. Jelikož se při freeskiingu hodnotí celkový vizuální dojem je potřeba, aby triky byly provedeny v co možná největším rozsahu, tudíž je potřeba se zaměřit i na rozvoj flexibility. K tomu je vhodná například jóga. Po ukončení činnosti je důležité se pořádně protáhnout. Protahání je s flexibilitou úzce spojeno a pomůže tak znovu ke snížení možnosti zranění při pádech a rovněž triky budou provedeny v rozsahu.

Nedílnou rutinou každého freeskiera je strečink. Při tom je důležité zaměřit se na krční svaly a šikmé svaly krku, ramenní, prsní a bederní svaly, které jsou nejvíce namáhány. Zvýšená pozornost by se měla věnovat také strečinku dolních končetin, jelikož dolní končetiny jsou často terčem zranění (zejména kolenní kloub). Pravidelný strečink pomáhá jako prevence proti zranění. (VOLÁK, 2009)

Freeskiing v ČR

Vzhledem k tomu, že se jedná o sport, který je poměrně mladý, nepůsobí zde zatím mnoho klubů ani spolků. Mezi výjimky patří freestylová akademie provozovaná naším reprezentantem Josefem Kalenským, sdružující a trénující mladé freeskiingové naděje. Dalším významným klubem v České republice je KLUB FREESTYLOVÉHO LYŽOVÁNÍ MOST, vedené Romanem daleckým, současně i trenérem české freeskiingové reprezentace. Freeskiing je uznán mezinárodní lyžařskou federací FIS jako plnohodnotný sport, v České republice je zařazen do sekce Akrobatického lyžování patřící pod svaz Lyžařů České republiky obsahující disciplíny Slopestyle a U-rampa.

Letní trénink

Po konci zimy je možnost zvolit si z několikvariant tréninku. Vedle doplňkových sportů, které pomáhají v rozvoji rovnováhy a orientace v prostoru jako například skateboarding, chůze na slack-line, skákání na trampolíně aj., je možnost u nás i v zahraničí jezdit na lyžích i v létě. Jednou z nejoblíbenějších variant letního tréninku patří skoky do vody a jibbing na překážkách, kde rozjezd místo sněhu zajišťují zelené kartáče z umělohmotných vláken. Asi nejlepší možnost jak trénovat v létě big air (skoky) je například v Novém Hrozenkově u Vsetína. V areálu se kromě dvou skoků nachází i překážky na jibbing, U-rampa na skateboarding nebo trampolína. Další možností je například uměle vytvořená, zastřešená sjezdovka se snowparkem kousek za hranicí s Německem, ve městě Senftenberg. Asi nejdražší variantou jsou ledovce. Rakouský Dachstein, který je z Liberce necelých 500 km, nabízí pěkný snowpark s provozem zhruba do půlky července. V srpnu až září už otevírají jiné ledovce v Rakousku, tzv. openingy. Na těchto akcích je často i doprovodný program v podobě contestů o různé ceny, soutěže o best trik a podobně. Díky vysokým teplotám zavírají však některé snowparky dříve než zima, občas končí i kolem 13. Hodiny. Alternativu v našich podmínkách představuje například jibpark na Harcovských kolejích, u bloku B. Jibpark obsahuje 2 překážky s rozjezdem z kartáčů. Zde se dá jezdit v létě i v zimě a už několikrát byl místem konání různých snowboardových nebo freeskiingových závodů. Překážky a zázemí snowparku bylo vytvořeno studenty ve spolupráci s vedením klubu Had na harcovských kolejích.

Výzbroj

Hlavním rozdílem mezi sjezdovým a freestylovým lyžováním jsou lyže. Freestylové lyže mají oproti sjezdovým zvedlou patku, která umožňuje jízdu, odrazy a dopady pozadu (na switch). Rozdíl je i ve váze a pružnosti. Vedle značek které vyrábějí také lyže sjezdové, působí v tomto odvětví i několik firem, které se zabývají výrobou jen

lyží pro freeskiing. Mezi takové firmy patří například Amada skis, Line skis, J-skis a podobně.

Lyže

Při výběru lyží je nutné brát v potaz zejména tři základní parametry. Těmi jsou délka, šířka a rádius. (VOLÁK, 2009)

Délka

Obecně se dá vycházet z principu, že pokročilý freeskier vybírá lyže zhruba po úrovně nosu. Platí zde, že čím delší lyže jsou, jsou těžší a jsou hůře ovladatelné. Na druhou stranu však mají lepší stabilitu na dopadech. Proto je pro začínajícího freeskiera lepší koupit lyže spíše menší, aby se s novými lyžemi rychleji zžil a nebylo pro něj jejich ovládnutí moc náročné. Platí zde také, že na jibbing jsou vhodnější lyže kratší, na big air a skákání obecně jsou lepší lyže delší, neboť při dopadu lépe podrží. (VOLÁK, 2009)

Šířka

U šířky lyže platí zhruba to, že užší si berou parkoví jezci, širší pak vyznavači hlubokého sněhu. (VOLÁK, 2009)

Rádius

Rádius lyže udává vykrojení oblouku. Zde záleží spíše na osobních preferencích. Oblíbené jsou lyže symetrické, se stejným vykrojením vpředu i vzadu. Je tedy třeba brát na zřetel fyzickou vyspělost jedince a jeho zkušenosti v daném sportu a přizpůsobit délku lyže jeho schopnostem. (VOLÁK, 2009)

Mimo to, freestylová lyže má několik různých tvarů. Nejrozšířenější je klasický twin tip, kdy má lyže symetrickou délku špičky a paty. Tato konstrukce je prakticky nejoblíbenější a aplikuje se na výrobu většiny lyží.



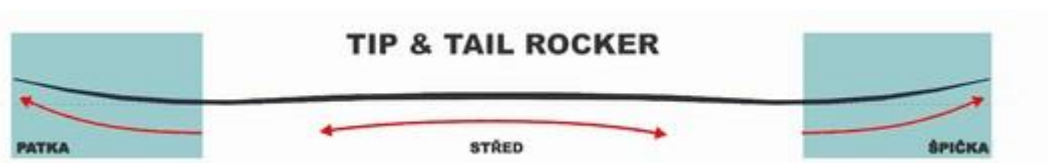
1 Twintip, Zdroj: www.snowpanic.cz

Druhou asi nejrozšířenější variantou jsou lyže s označením reverse sidecut. Jedná se o tvar typický zejména pro lyže do hlubokého sněhu. Nejšířší bod lyže je zde oproti twin tipu pod vázání, což jezdci umožňuje bez problému plout hlubokým sněhem. (SNOWPANIC, 2017)



2 Reverse sidecut, Zdroj: www.snowpanic.cz

Dalším parametrem, který rozhoduje o celkovém chování lyže je její profil. Asi nejrozšířenější je Tip and Tail Rocker. Specifické prohnutí umožňuje snadněji zdolávat hluboký sníh, ovšem je vhodná i při jízdě v parku. (SNOWPANIC, 2017)



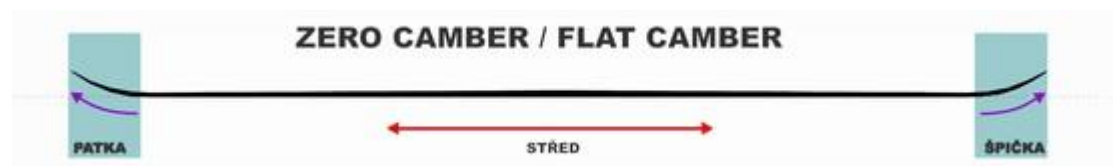
3 Tip and Tail Rocker, Zdroj: www.snowpanic.cz

Reverse camber je označení pro prašanové speciály, které mají oproti klasické lyži opačný profil. Umožňuje tak bezproblémovou jízdu hlubokým sněhem.



4 Reverse Camber, Zdroj: www.snowpanic.cz

Tvar Flat Camberu umožňuje jízdu ve všech terénech poměrně bez problému a zůstává relativně univerzální. (SNOWPANIC, 2017)



5 Zero Camber/Flat Camber, Zdroj: www.snowpanic.cz

Freestylová bota má oproti botám určené pro běžné (sjezdové) lyžování určitá specifika. Jsou většinou lehčí a pružnější, a tím umožňuje jezdcí větší rozsah pohybu. Jedná se o důležitou součást výbavy, protože jezdec v nich tráví celý den a je třeba, aby bota byla pohodlná. I zde se najdou firmy, které vyrábějí boty určené pouze pro freeskiing.

Vázání

Vázání je u freestylové lyže oproti sjezdovým či freeridovým lyžím posunuté více vpřed, blíží se nebo přímo navrtané na geometrický střed lyže. U lyží, které mají symetrické vykrojení vpředu i vzadu, je to v zásadě jediná možnost, jak vázání navrtat.

Vázání má několik specifikací, na které je dobré se zaměřit. Velmi důležitou vlastností je velikost tlaku vázání na špičku boty. Vázání tak tlačí na botu, drží ji na správném místě a ovlivňuje, při jaké zátěži vázání vypne. Ke správnému nastavení je třeba znát hmotnost jezdce a mít u sebe kvalifikovaného technika, který s nastavením pomůže.

Dalším důležitým prvkem je speciální destička, která je umístěná vpředu na vázání pod jezdcovými prsty. Tato destička se umí vychýlit doleva nebo doprava a v případě potřeby tak v podstatě vyhodí špičku boty z vázání. Jedná se o jeden důležitých bezpečnostních prvků.

Zkratka DIN představuje velikost síly potřebnou k vypnutí vázání. Jedná se o kombinaci výšky, váhy, věku a zkušeností. Zde je opět nejlepší nechat si vázání nastavit od kvalifikovaného technika, zkušení jezdci si už tyto parametry umí nastavit sami.

Elasticita představuje velmi důležitý element freestylového vázání. Jsou totiž chvíle, kdy vypnuté vázání představuje spíše problém. Jedná se o chvíle, kdy jezdec letí 20 a více metrů vzduchem a dopadne. V tuto chvíli působí na vázání velká síla a je žádoucí, aby v tuto chvíli vázání nevypnulo. Čím více je vázání elastické, tím spíše se přizpůsobí při dopadu (hne se o pár milimetrů) a nevypne. Silní a těžší jezdci by tak měli vyhledávat vázání s větší elasticitou. (FREESKIER, 2016)

Vedle toho je možnost mít i hůlky (spousta jezdců s nimi ale nejezdí). Hůlky bývají kratší, občas vytvarované aby držely samy na ruce, zatímco jezdec dělá grab. Dále by se měla nosti helma a chránič páteře.

Finanční náročnost

Lyžování obecně patří spíše k nákladnějším sportům. Do základního vybavení patří freestylové lyže, freestylové lyžáky a případně hůlky.

Lyže

Při výběru freestyleových lyží existuje celá řada možností. Cenová škála se zde pohybuje cca od 7 tisíc do 20 tisíc. Rozdíly mezi levnější a dražší lyží jsou především ve složení (jádro) lyže. Ve většině lyží se nachází dřevěné jádro v různém poměru s dalšími materiály, které pomáhají držet lyži a dodávají lyži specifické vlastnosti. Ojedinělou konstrukci mají lyže od firmy Line, konkrétně model nazvaný Afterbang. Tento model má konstrukci podobnou skateboardové desce, kde jsou na sebe navršené tenké dřevěné pláty. Lyže jsou ideální volbou pro začátečníka i pokročilého. Jsou lehké, pružné, odolné a jejich cena nepřekračuje 8 tisíc korun. Další lyží, která stojí za zmínku je model od firmy Armada, nazvaná Al Dente. Jedná se o model lyže vyrobený na míru Henriku Harlautovi, švédskému reprezentantovi a jezdci firmy Armada. Podle recenzí a osobních doporučení se jedná o jednu z nejlepších lyží, které trh nabízí. Jejich cena se však pohybuje okolo 15 tisíc korun. Volit se dá tedy různě. Internetový portál www.freeskier.com sestavil žebříček 10 nejlepších lyží pro rok 2017. Tomuto žebříčku vévodí lyže od firmy Faction nazvaná Candide 1.0 s cenou okolo 16 tisíc korun. Druhé místo obsadily lyže vyrobené firmou Line nazvané Tom Wallisch Pro a dají se pořídit za necelých 12 tisíc korun. V obou případech se jedná o modely, které firmy vyrobily pro své jezdce na míru. Třetí místo obsadila firma, která se zabývá mimo jiné i výrobou sjezdových lyží. Jedná se o lyži od firmy Fischer nazvanou Nightstick. Pořídit se dá za necelých 14 tisíc korun. Další místa obsadily lyže od firem Line, Armada a 4FRNT. Jak tento žebříček ukazuje, většina lyží z tohoto žebříčku jsou vyráběny firmami specializujícími se na výrobu freestyleových lyží. (FREESKIER, 2016)

Freestyleové lyžáky

Do freestyleových lyžáků se vyplatí investovat. Jezdec v nich tráví celý den a je třeba, aby mu bota dokonale padla. Zároveň se jedná o věc, která se na rozdíl od lyží nekupuje každý rok. Lyže po roce ježdění na železných překážkách a skákání mají poškozenou

skluznici a mohou se i nalomit či zlomit, botu je však možné při správné údržbě nosit i několik sezón.

Mezi ty nejznámější firmy vyrábějící freestylové lyžáky patří Full Tilt, Salomon nebo K2. Symbolem pro freeskiing je zejména firma Full Tilt, sponzorující přes 150 světových jezdců. Má unikátní tvar a pouze 3 přesky na utažení. Kopíruje tvar lidské nohy a jedná se o jednu z nejlehčích a nejkomfortnějších bot. Velkou výhodou je zejména to, že celá bota má vyměnitelné části. To platí i o jejím jazyku, který určuje tvrdost boty. Bota se dá tedy nastavit na jízdu v hlubokém sněhu nebo jízdu v parku pouze vyměněním dvou jazyků. Jejich cena začíná na zhruba 7 tisících korunách.

U bot je velmi důležitý vlastní pocit. Vzhledem k tomu, že každý člověk má tvar nohy jiný, sedne každému jiná bota. Server www.freeskier.com sestavil v roce 2015 seznam nejlepších bot pro freestylové lyžování. První tři místa zde obsadily lyžáky od firem Full Tilt, Head a Fischer. Cena těchto bot se pohybuje okolo 20 tisíc korun.

Vázání

Bez nadsázky se dá říct, že na freeskiingové výbroji není důležitější věc, než vázání. Jedná se především o bezpečnostní prvek, díky kterému se dá předejít nepříjemným úrazům. Ceny se zde pohybují od 4 do 10 tisíc korun. Velmi oblíbenou variantu mezi freeskiery představují modely Jester a Griffon od firmy Marker. Rozdíl mezi těmito dvěma modely jsou především v materiálech. Model Griffon je vyroben převážně z lehčích materiálů a stojí o několik tisíc korun méně, než model Jester. Ten má kovové části a je tedy celkově těžší avšak výhodou je jeho větší životnost. Model Griffon se dá pořídit už za 3-4 tisíce korun a pro rekreační ježdění úplně stačí. V případě pokročilých jezdců se už jako lepší varianta jeví model Jester. Je odolnější vůči nárazům a tím zvyšuje celkovou stabilitu při dopadech. Dá se pořídit za necelých 5 tisíc korun. Na rozdíl od výrobců lyží zde působí více firem vyrábějících i vázání pro jiné formy lyžování – například sjezdové.

Hůlky

Konkrétně u freeskiingu přestává zvlášť v posledních letech platit, že k lyžování patří neodmyslitelně hůlky. Hůlky nejsou v tomto sportu nezbytné. Nové se dají pořídit už za několik set korun, případně zkrátit staré lyžařské hůlky pilkou na železo. Hůlky nemusí být tak dlouhé jako u sjezdového lyžování a oproti němu zde nehrají příliš podstatnou roli.

Vázání, lyže a boty jsou tedy nejvýznamnějšími položkami v celé výzbroji. Dalšími věcmi, které se vyplatí vlastnit, je chránič páteře a helma. Chránič páteře se dá pořídit za částku pohybující se okolo 2 tisíc korun, stejně tak jako helma.

Ostatní

Vedle těchto hlavních výdajů, které jsou poměrně esenciální k provozu tohoto sportu, je třeba započítat do rozpočtu položky jako například servis lyží a permice. Nejekonomičtější varianta v našich podmínkách je zakoupení si permice do středisek, které mají postavený snowpark během celé zimní sezóny. Takovým střediskem jsou například Vitkovice v Krkonoších. Jedná se v zásadě o dvě sjezdovky, které tvoří pouze překážky a skoky. Celosezónní permice zde vyjde na zhruba 5 tisíc korun.

Marketing ve freeskiingu

Podle Novotného se jedná o partnerský vztah mezi hospodářstvím na jedné straně a sportem na straně druhé. Dochází zde k vzájemnému respektování zájmů na jedné a na druhé straně. Obecně jsou k dispozici finanční a věcné prostředky a služby, které jsou poskytovány osobám a organizacím ve sportovní, kulturní a sociální oblasti. Cílem je dosažení podnikomarketingových a komunikačních cílů stanovených vedením podniku. (NOVOTNÝ, 2011)

Marketing je v dnešní době nedílnou součástí tržního hospodářství. Jedná se o proces, při kterém se zjišťují a předvídají potřeby zákazníka a následně se tyto potřeby uspokojují. Nejrozšířenějším rozdělením je podle systému nástrojů, které

marketing používá. Jedná se o systém 4 P – produkt, cena, distribuce, propagace. K popisu jednotlivých nástrojů poslouží publikace Evy Čáslavové Marketing a management sportu.

Produkt

Jedná se o jeden z nejpodstatnějších bodů celého marketingového mixu. Zákazník vyhledává produkt, aby odpovídal jeho potřebám a požadavkům. Sportovní produkt má spoustu podob – může se jednat o sportovní zboží, ale také osoby, místa nebo myšlenky. Druh nabízeného produktu do značné míry předurčuje, jak se bude lišit jeho marketingová strategie, distribuční cesty a cena od ostatních produktů.

Cena

Cena může mít v konečném důsledku zásadní vliv na chování zákazníka při nákupu produktu. U sportovních služeb nebo výrobků lze při tvorbě ceny zohlednit o ekonomické kalkulace, na rozdíl od ostatních produktů, kdy se bere v úvahu úsudek představitelů poptávky – např. transfer hráčů.

Distribuce

Distribuce má za úkol najít nejvhodnější cestu, jak zboží a ostatní služby dostat k cílovému zákazníkovi. Typ distribuční cesty závisí do značné míry na typu produktu. Distribuční cesty jsou odlišné pro produkty hmotné a nehmotné. Hmotný produkt má fyzický rozměr a obvykle se vyrábí v hromadné produkci. Ve sportu se nejčastěji jedná o sportovní zboží – např. obuv, dresy apod. Nehmotné produkty nemají fyzickou podobu a typ distribuce je oproti hmotným produktům odlišný. Může se jednat například o službu, kterou si zákazník přijde do sportovního zařízení zažít.

Propagace

Propagaci můžeme chápat jako komunikaci, pomocí které se dostane zboží či služby k cílovému zákazníkovi. Zahrnuje 4 základní činnosti – reklama, publicita, opatření na podporu prodeje a osobní prodej. Tyto činnosti označujeme jako propagační mix. Reklama je pak jednou z nejdůležitějších forem propagace výrobku. Reklama má jednak funkci informační, kdy informuje o novém produktu, změně

ceny či nových službách, funkci přesvědčovací, která má za úkol utvrdit zákazníka ve správnosti nákupu a funkci upomínací, která má za úkol připomínat zákazníkům již jim známý výrobek. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Sponzoring

Úlohou sponzoringu, česky sponzorování, je poskytnutí nebo poskytování finanční nebo materiální podpory neziskové akci nebo osobě. Hlavní roli zde hraje snaha zviditelnění sponzora. V některých oblastech je sponzoring lepší forma zviditelnění značky nebo firmy než například u reklamy, jelikož právě zde mohou firmy zapůsobit na potenciálního zákazníka mnohem lépe. (HAJÍČEK, 2014)

V dnešním sportu představuje sponzoring silný marketingový nástroj, který definuje vztah mezi sponzorem a sponzorovaným. Cíle sponzora jsou zejména propagačního a ekonomického charakteru. Pro firmu je sponzoring jedním z nástrojů, kterým si plní své marketingové cíle. Těmito cíli jsou například zviditelnění firmy/značky, zvýšení celkové sympatie ke značce nebo posílení osobních kontaktů. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Formy sponzoringu

Sponzoring rozděluje Čáslavová do několika kategorií. Těmito kategoriemi jsou sponzorování jednotlivců, sportovních týmů, sportovních akcí, sportovních klubů a ligových soutěží. Sponzoring jednotlivců je nejčastější formou podpory ve vrcholovém sportu. Sportovci zde mají pozitivní dopad na tvář značky a jsou gestory kvality výrobků a služeb, které firma nabízí. Vztah mezi sponzorem a sponzorovaným upravuje sponzorská smlouva. Ta na jedné straně stanovuje práva firmy a materiální nebo i finanční podporu sponzorovaného. V příloze je přiložena smlouva, vymezující sponzorský vztah mezi firmou Represent a snowboardistou Jakubem Petrem. (ČÁSLAVOVÁ, 2009)

Freeskiingové firmy používají ke svým marketingovým aktivitám zejména sociální sítě. Mezi nejčastěji používané jsou Instagram a Facebook. Firmy sponzorují známé i méně známe tváře

převážně materiálně, najde se tu však i několik firem, které svým jezcům platí. K ilustraci zde použiji profil freeskingové firmy Armada, vyrábějící lyže, oblečení, hůlky a další doplňky k lyžování. Její profil sleduje na Instagramu přes 200 tisíc lidí, tedy potencionálních zákazníků. Firma zde sdílí příspěvky z profilů svých jezců, inzeruje nové produkty a informuje o různých novinkách z freeskiingové komunity. Pro tuto firmu je tak tato platforma nejefektivnější cesta, jak značku propagovat. Na trhu zaujímá mezi ostatními firmami jednu z předních pozic v prodeji vybavení a má silnou tradici i díky svým zakladatelům, kteří sami přispěli k rozvoji tohoto sportu. Mezi tyto zakladatele patří i Tanner Hall. Dnes třiatřicetiletý Hall stále lyžuje a aktivně se podílí na chodu značky Armada, jejíž výrobky propaguje i na svém soukromém instagramovém profilu. Jeho profil sleduje 140 tisíc lidí. Firma Armada sponzoruje i nejlepší světové jezdce, mezi které patří bezesporu švédský jezdec Henrik Harlaut nebo Kanadčan Phil Casabon, kterým Armada vyrobila vlastní pro model lyží. Profily těchto dvou jezců sleduje dohromady přes 300 tisíc lidí. Oficiální tým Armada dnes čítá 16 členů, 13 pokud nepočítáme poslední tři jmenované. Značka Armada tak má fanouškovskou základnu v řádech sta tisíců až milionů členů, kteří jsou za výrobky ochotni zaplatit nemalé peníze.

Praktická část

4. Analýza Freeskiingu

První část práce má za úkol ucelení pojmu freeskiing v kontextu trávení volného času. K tomu posloužila obsahová analýza literatury, která se těmito dvěma tématy zabývá.

Obsahová analýza je popis obsahu dokumentu nebo jeho části. Tato metoda je zaměřena na identifikaci, porovnávání a vyhodnocení obsahu textu. (PRŮCHA, WALTEROVÁ A MAREŠ, 2013)

Informace, které nám definovaly pojem freeskiing a jeho pole působnosti společně s pojmy související s volným časem a jeho využitím, nám posloužili k ucelení teoretické části. V teoretické části posloužila k získání dalších informací pozorovací metoda, autoreflexe a nestandardizovaný rozhovor ve dvou anketách.

První anketa byla vytvořena pro širokou veřejnost. Cílem bylo zjistit jak velké procento veřejnosti zná pojem freeskiing, případně kde se s ním setkali a zda mají nějaké osobní zkušenosti s tímto sportem.

Druhá anketa byla určena přímo freeskiistům. Otázky byly rozděleny do několika oblastí, které měly za úkol o respondentech získat bližší informace. První část měla za úkol zjistit informace sociálního charakteru, jako věk, pohlaví a dosažené vzdělání. Druhá část otázek se týkala vnitřní motivace jednotlivých freeskiistů, zkoumal se způsob, jakým způsobem se k freeskiingu dostali, jak velkou roli hraje freeskiing v jejich životech a co jim vlastně freeskiing ve výsledku přináší.

5. Výsledky

Anketa pro veřejnost

Anketa měla název „Říká Vám něco pojem freeskiing?“ Celkový počet respondentů byl 83. K realizování ankety byly použity internetové stránky www.mojeanketa.cz

Otázky byly rozděleny do tří skupin. První část otázek se zabývala genderovým zastoupením respondentů, jejich věkem a dosaženým vzděláním. Poslední otázka zjišťovala, jestli respondenti mají povědomí o freeskiingu.

Druhá část ankety se zabývala freeskiingem jako celkem a zjišťovalo se, zda mají respondenti s freeskiingem nějaké zkušenosti a celkový vztah k němu.

Genderové zastoupení

Mezi dotázanými bylo 53 mužů a 23 žen.

Věkové zastoupení

Za respondenty byli cíleně vybráni spíše zástupci mladší generace a moji vrstevníci, které mají ke sportu celkově blíže a mají zkušenosti například se snowboardem nebo jinými zimními sporty. Věk zde byl rozdělen do několika skupin 15-20 let, 21-30 let, 30-40 let a 40 let a více.

Z grafu vyplývá, že nejvíce respondentů odpovídajících na šetření týkající se freeskiingu je v rozmezí 21-30 let. Tato skupina je v celém spektru respondentů nejširší a čítá 50 lidí. Ve věku 15-21 let odpovědělo na otázky celkem 20 lidí. Jedná se o druhou nejpočetnější skupinu, dále ve věku 30-40 let odpovědělo 10 lidí a ve skupině 40 a více 3 lidi.

Vzdělání

Skupina s největším zastoupením byla tvořena respondenty, kteří úspěšně složili maturitní zkoušku. Ta čítala 44 lidí. Druhá největší skupina byla tvořena lidmi, kteří měli absolvované

vysokoškolské vzdělání, čítala 26 lidí. Následovala skupina lidí se základním vzděláním se 3 respondenty.

Vztah k zimním sportům

Další otázka zjišťovala vztah k zimním sportům. Otázku bylo možno zodpovědět škálou, která obsahovala odpovědi: velmi dobrý, dobrý, neutrální a negativní. Odpověď negativní byla doplněna o možnost vysvětlení. Možnost několik respondentů využilo.

Nejčastějšími odpověďmi byly dobrý v počtu 30 respondentů a neutrální v počtu 25 respondentů. 15 odpovědi bylo negativních, z nichž několik respondentů vysvětlilo svůj negativní vztah k zimním sportům. Nejčastějším dovětkem u poslední odpovědi byla odpověď typu nemám rád sníh/zimu.

Říká Vám něco pojem Freeskiing ?

U této otázky anketa zjišťovala, jestli se už respondenti s tímto pojmem někdy setkali. Odpovědi na tuto otázku byly Ano, Nejsem si jistý/á a Ne. Ze subjektivního pohledu musím říci, že výsledky mě trochu překvapily. Skupina s největším zastoupením odpověděla Ne. Asi potom už nebylo překvapením, že nejčastější věkovou skupinou, která odpověděla Ne, byla skupina 30-40 let a 40 let a více. Jedna se o mladší sport, tudíž není překvapení, že familiární jsou s tímto názvem spíše zástupci mladších ročníků.

Z jakých zdrojů se dozvídáte nové informace o freeskiingu, kde na něj narážíte?

Na tuto otázku odpovídali respondenti, kteří odpověděli u předchozí otázky kladně.

Tato otázka měla za úkol analyzovat, které médium slouží jako nejčastější zdroj informací – nových videí, fotek a obecně informací ze světa tohoto sportu. Na výběr byly odpovědi: Sociální síť (Facebook, Instagram), Newschoolers.com, Freeride.cz a přátelé.

Výsledky žádným překvapením nebyly, protože zvítězily odpovědi Sociální síť. Na Instagramu funguje v dnešní době spousta sponzorovaných jezdců, kteří dostávají různé formy podpory za sdílení jména firmy u svého obsahu, který může být různý. Jedna se v podstatě o život freeskiera, který zahrnuje cestování, lyžování, jejich

trénink a další, s nálepkou jména firmy. Právě zde se odehrává největší masáž ze strany firem, které se snaží prodat své produkty. Právě zde je vidět možný marketingový potenciál, protože většina lidí hledá informace právě na Sociálních sítích.

Následovala odpověď Freeride.cz, který je největším tuzemským portálem pro snowboarding freeskiing, mountain bike a surfing. Freeride.cz kromě poskytování informací ze světa těchto sportů také pořádá rozličné akce – závody, promítání nejnovějších videí v kinosálech a podobně. Vedle toho mají také vlastní kolekci oblečení a nejspíše letos na podzim vydají snowboardový film ve spolupráci s českými a slovenskými jezdci s názvem Never too late.

Několik odpovědí byly přátelé a na posledním místě v počtu odpovědí skončily Newschoolers.com. Americký portál sdružující freeskiery napříč celým světem poskytuje informace převážně ze světa Newschool lyžování.

Máte osobní zkušenost s freeskiingem?

Na tuto otázku odpovídali respondenti, kteří odpovídali na předchozí otázku.

Další otázka zjišťovala, zda respondenti, kteří odpověděli kladně na otázku týkající se povědomí o freeskiingu, mají s tímto sportem nějakou vlastní zkušenost. Možné odpovědi byly Ano, Ne a Ne, ale chtěl/a bych to zkusit. Na tuto otázku odpovídalo 43 respondentů, kteří o freeskiingu mají povědomí.

Z těchto 43 lidí odpověděli 2 respondenti kladně, 30 záporně a 11 respondentů zvolilo odpověď Ne, ale chtěl/a bych to zkusit.

Co je z Vašeho pohledu největší překážka k vyzkoušení freeskiingu? (otevřená otázka)

Cílem této otázky bylo zjistit, co je vlastně v našich podmínkách největší překážka k provozování tohoto sportu. Respondenti odpovídali vesměs obdobně. Nejčastějšími důvody byly finance. Vzhledem k tomu, že většina respondentů odpovídajících na předchozí 2 otázky, byly hlavně lidi mezi 21-30 lety, je tento problém vcelku pochopitelný. Dělat tento sport zkrátka s sebou nese i nějaké náklady.

Další častou odpovědí bylo, že lidi vlastně neví, jak začít. Lidí, kteří tento sport dělají, je v Libereckém kraji odhadem 50-100. Nejedná se tudíž o masový sport, což pro lidi, kteří chtějí s freeskiingem začít, představuje jistý problém. Nejlepší možností je zúčastnit se některého z letních nebo zimních kempů. U nás takové probíhají v létě i v zimě; v ceně bývá ubytování, strava, koučink, videokoučink. Kempy bývají vedené freeskiery působící například v české freeskiingové reprezentaci.

Jezdíte na lyžích (alespoň rekreačně)?

Další otázka měla za úkol zjistit, kolik lyžařů je mezi respondenty. Úkolem bylo zjistit, kolik lidí, kteří lyžují, zná freeskiing. Z výsledků tak potom vyplynulo, že více než polovina lidí, kteří rekreačně lyžují, vlastně neví nebo si nejsou jisti, co freeskiing znamená, ačkoliv jsou to sporty (zdánlivě) podobné. Taková situace je pochopitelná. V Čechách došlo k vytvoření jakési základny až s globálním rozšířením internetu, to znamená někdy na přelomu tisíciletí. Možnost sledovat freeskiing byl v počátcích nejlepší zejména v Americe, kam sahají jeho kořeny.

Zúčastnili byste se sportovních závodů s doprovodným hudebním programem na Harcovských kolejích ať už jako účastník nebo divák?

Otázka obsahovala možné odpovědi Ano a Ne. Z celkového počtu 83 respondentů odpovědělo na tuto otázku kladně 62. Pro

závěrečnou kapitolu praktické části této práce je to rozhodně pozitivní výsledek.

Anketa pro freeskiery

Anketa pro freeskiery byla rovněž vytvořena pomocí stránek www.mojeanкета.cz Anketa obsahovala otázky, které jsou rozebrány níže. Počet respondentů byl 23.

Genderové složení

Z celkového počtu bylo 20 mužů a pouze 3 ženy. To pouze odráží současnou situaci, kdy tento sport dělá v poměru s muži velmi málo žen.

Věkové složení

Tato otázka rozdělovala respondenty do několika věkových skupin a to: do 20 let, 21-30 let a 31-40 let. Skupina s největším zastoupením byla zastoupena lidmi mezi 21-30 lety a měla 15 respondentů. Následovala skupina do 20 let, která měla 7 respondentů a nejméně členů měla skupina 31-40 let, která měla pouze 1 člena.

Jak je již z tohoto rozdělení, freeskiing je zejména u nás sportem hlavně mladých lidí i díky zdravotním rizikům, která přináší. Jak lze vidět u otázky níže, starší jezdci preferují spíše hluboký sníh místo překážek a skoků, který je méně náročný na klouby a celkově na celý pohybový aparát. Nicméně výsledek lze přisuzovat i tomu, že dotazovaní byli často i mí vrstevníci a tak může být věkové zkreslení lehce zkreslené.

Vzdělání

Pouze 2 z dotázaných freeskiářů mělo dokončeno nějakou formu vyššího vzdělání. To lze přisuzovat i tomu, že spousta respondentů bylo mladšího ročníku a školy teprve studují. Středoškolské vzdělání s maturitou pak byla nejčastější odpověď s 18 hlasy, následovaná výučním listem v počtu s 2 hlasy. Pouze jeden člověk měl absolvovanou pouze povinnou školní docházku.

Zdroj informací

K objektivnímu srovnání informačních zdrojů byly freeskierům podány stejné otázky jako široké veřejnosti.

Nejvíce freeskierů zatklo jako nejčastější zdroj nových materiálů ze světa freeskiingu sociální sítě. To není překvapením, neboť mnoho z nich na sociálních sítích funguje taky, někteří využívají sociální sítě jako Instagram k propagaci svého lyžování a svých sponzorů. Vedle toho je zde i mnoho světových jezdců.

Druhou nejčastější odpovědí byla možnost přátelé a internet, které obdrželi stejný počet hlasů. Do přátel se dají zahrnout i ostatní freeskieré, kteří tráví na kopci spousty času a stávají se tak i určitou inspirací navzájem mezi sebou.

Jak dlouho se věnuješ freeskiingu

Tato otázka zjišťovala dobu, jakou se jednotliví jezdci věnují tomuto sportu. Je pochopitelné, že zde doba závisí do jisté míry na věku a tudíž je aritmetický průměr neobjektivní. Nejkratší a nejdelší doba, kterou se respondenti věnují tomuto sportu, byla 3 roky a 15 let.

Sporty v létě a mimo lyžování

Zde bylo cílem zjistit, co freeskieré dělají ve svém volném čase za sport mimo freeskiingu. Freeskiing je totiž sportem, který kloubí gymnastiku a lyžování a je tedy poměrně náročný na komplexní trénink jednotlivých dovedností. Je tedy vhodné, aby freeskier byl v odpovídající kondici, která slouží i jako prevence zranění. Otázka byla otevřená.

Nejčastějšími odpověďmi bylo kolo, aggressive brusle (freestylové brusle se kterými se dá jezdit ve skateparcích), skateboarding, longboarding, wakeboarding a podobně. Kromě těchto sportů byly mezi odpověďmi také posilovna a horolezení. Je tedy vidět, že jsou to převážně sporty vyžadující určitou balanc a ježdění po něčem na něčem.

Co Ti freeskiing přináší

Kromě zjevných materiálních podpor, které někteří z respondentů této ankety dostávají od svých sponzorů, zkoumala tato otázka individuální přínos tohoto sportu pro každého z nich. Otázka je poměrně obšírná, byla proto otevřená.

Nejčastější odpovědi byly: nové zážitky, nová přátelství, zábava, cestování a pobyt v přírodě. Doplnily je ještě odpovědi jako odreagování, fyzická kondice a pohyb jako obecně.

Máš operované koleno?

Tato otázka může působit předpojatě, bohužel v tomto sportu je zranění kolen jedním z nejčastějších druhů úrazu. Z celkových 23 respondentů odpovědělo 5 kladně.

Jak hodnotíš činnost Svazu lyžařů české republiky v kontextu freeskiingu?

Otázka měla na výběr několik možností – pozitivně, neutrálně a negativně. Nejvíce odpovědí bylo neutrálních. Několik odpovědí bylo také negativních.

6. Organizace freeskiingových a snowboardových závodů

Postup pro realizaci sportovní akce

Definice akce

Podle Novotného je několik kritérií, jak sportovní akce klasifikovat. Těmito kritérii jsou: působnost, otevřenost, formálnost, participace, multioborovost, cíl a prostředí.

Působnost

Z hlediska působnosti se bere v potaz, jaký typ lidí na danou akci může přijít. Jedná se o akce světové, kontinentální a národní úrovně.

Světové akce jsou akce světového formátu jako např. olympijské hry, mistrovství světa či světové poháry.

Kontinentální akce se pořádají v rámci jednoho kontinentu, ale lze občas pozorovat i výjimky, kdy jeden nebo i více účastníků pochází odjinud.

Poslední jmenovaný druh akce mohou být nejrůznější mistrovství republiky či národní poháry, týká se to však i akcí jako krajské a okresní přebory a spadá sem také akce lokálního charakteru pro místní obyvatelstvo a sportovce. V této kategorii se tak mohou účastnit sportovci jak profesionální, tak amatérští. Z tohoto pohledu se tedy bude jednat o závody lokálního charakteru pro místní obyvatelstvo a sportovce.

Otevřenost

Hledisko otevřenosti určuje, kdo všechno se může akce zúčastnit. Akce se dělí na otevřené, polootevřené a uzavřené.

Otevřené akce jsou volně přístupné všem lidem bez ohledu na pohlaví věk a výkonnost. Ve většině případů stačí u takové akce projít registrací, která je často spjatá se zaplacením startovného.

U polootevřených akcí je třeba k účasti splnit nějaké výkonnostní kritérium. Většinou se jedná o soupeření lidí a týmu mezi sebou bojujících o účast v soutěži.

Uzavřené akce jsou zpravidla exhibiční, kdy účastníky vybírá pořadatel akce, nebo hlasují fanoušci, koho chtějí na akci vidět. Často se jedná o ty nejlepší sportovce ve svém odvětví.

Formálnost

Z hlediska formálnosti se akce dělí na akce formální a neformální. Formální jsou určené veřejnosti, která se může zúčastnit buď jako účastníci nebo diváci. Tento druh akcí zpravidla obsahuje propozice, časový harmonogram a různé pokyny na veřejně přístupných místech.

Na druhou stranu neformální akce jsou ty druhy, které nepřitahují média ani širokou veřejnost – například skupiny přátel, tramské osady a podobně.

Participace

Participace zohledňuje, jak velkou část veřejnosti sportovní akce láká. Akce mohou být divácky orientované a mají velmi malý počet účastníků, ale lákají velké množství diváků. Příkladem je například závod Zlatá tretra v Ostravě.

Akce, které jsou orientované na aktivní účast, jsou obvykle typem akcí, kde cílem je nalákat co největší počet aktivních účastníků – různé běhy na lyžích a podobně.

Kombinací pak vzniká typ akcí, které jsou zaměřené na aktivní i diváckou účast. Vznikají obvykle z akcí, které se dříve zaměřovaly pouze na účast aktivní, ale v současnosti získávají velký mediální a divácký ohlas. Příkladem je například florbalový Czech Open.

Multioborovost

Člení sportovní akce na jednooborové a víceoborové. Za jednooborové jsou považovány ty, kde se soutěží v jedné konkrétní disciplíně. Disciplína je rozdělena na různé kategorie, většinou podle pohlaví a věku.

Víceoborové sportovní akce obsahují více disciplín. Mezi takové patří například biatlon.

Cíl

Zde se akce dělí na ziskové a neziskové, přičemž většina sportovních akcí je neziskových.

Neziskové akce se nepořádají kvůli zisku pro jednoho či více osob, ale pracují s tzv. Zero Based Budget – vyrovnaným rozpočtem. V případě ziskové akce se vydělané peníze použijí na chod klubu nebo na pořádání další akce.

Naproti tomu ziskově orientované akce jsou takové, kdy organizátorovi akce jde hlavně o zdroj příjmů. Příkladem těchto akcí mohou být různé team buildingové akce pořádané reklamními agenturami pro korporátní podniky nebo akce s velkou návštěvností.

Prostředí

Poslední hledisko dělí akce dle místa konání. Dělí akce na indoorové a outdoorové (vevnitř a venku). (NOVOTNÝ, 2011)

K zachycení přípravy sportovní akce poslouží publikace Evy Čáslavové Marketing a management sportu, která obsahuje jednoduchý standartizovaný postup pro plánování jakékoliv sportovní akce. Tento postup zahrnuje celkem 10 etap.

1. Etapa – současná situace

Důležité je nejdříve zjistit, jaká je současná situace. Organizátor by měl mít přehled o ekonomické situaci a vědět, jestli je v jeho silách akci uspořádat.

2. Etapa – budoucí prostředí

Organizátor by měl také promyslet případná rizika, která akce může přinést. Těmto rizikům by pak měl předejít, pokud je to možné. Zároveň by měl počítat s časovými posuny v harmonogramu akce a mít i určitou hmotnou rezervu pro případ potřeby.

Etapa – současné možnosti

Cílem této etapy je zjistit, jaké jsou reálné možnosti celé akce a jaké skrývá nedostatky. Jen tímto způsobem může organizátor zjistit, zda má akce potenciál být úspěšná.

3. Etapa – možné směry

Vedle hlavních cílů, které si organizátor akce stanoví, si může stanovit i několik dílčích cílů. Tyto cíle by pak měly být podrobeny analýze, při které se rozhodne, zda je v současné situaci a možnostech organizátorů vůbec možné je realizovat.

4. Etapa – Cíle

V tomto bodě dochází ke stanovení hlavních cílů. Podmínkou pro stanovení je splnění všech předchozích bodů plánování. Tyto cíle podmiňuje vypracovaná struktura akce a optimalizační procesy celého eventu.

5. Etapa – Přístupové cesty

V této etapě je nejdůležitější zvolit správnou strategii pro naplňování celé akce. Před zahájením celé akce se musí nejprve zvážit všechny strategické varianty, které jsou k dispozici.

6. Etapa – Zvolená strategie

Organizátor musí zanalyzovat všechny strategie, které jsou k dispozici a zvolit tu, která je pro akci nejlépe použitelná a výhodná.

7. Etapa – Program akce

Po zvolení cílů a finální strategie celé akce se organizátor zabývá harmonogramem. Do toho spadá rozdělení úkolů lidem pracující na akci, zřídit časový plán a termíny jednotlivých soutěží či bodů programu.

8. Etapa – Rozpočet

Velmi důležitý bod představuje rozpočet. Je důležité si předem spočítat, jestli akce bude výdělečná nebo prodělečná. K přehledu je nejlepší si sestavit stranu příjmů, která obsahuje vstupné, dary, dotace,

výnosy z občerstvení a podobně. Na druhé straně bude seznam výdajů, které obsahují například zajištění personálu.

9. Etapa – Přehled a kontrola

Kontrola průběhu celé akce a případná změna programu ve vhodný okamžik pomáhá eliminovat nežádoucí výkyvy, které může program skrývat. (ČÁSLAVOVÁ, 2004)

Marketing sportovní akce

Velmi důležitou složkou sportovních akcí je marketing, který do značné míry souvisí i s financováním celé akce a vychází z event marketingu. Podle tohoto směru čítá marketing sportovních akcí tyto činnosti:

- 1) Zajištění soutěžících na sportovní akci
- 2) Zajištění mediálního pokrytí
- 3) Seznámit veřejnost s akcí pomocí elektronických nebo tištěných materiálů
- 4) Získání sponzorů nebo partnerů akce
- 5) Získání přízně místního zastupitelstva k zajištění podpory z veřejných zdrojů
- 6) Uzavření smluv s firmami, které poskytují na akci doprovodné služby (NOVOTNÝ, 2011)

Organizace závodů

Na tuto sportovní akci budeme nahlížet jako na jednorázovou sportovní událost, které zpravidla trvají několik hodin až jeden den. V případě těchto závodů se se bude jednat o dobu několika hodin.

K organizaci závodů poslouží prostor mezi harcovskými kolejiemi D a E před klubem Had. V tomto prostoru se nachází jibbingový park, převážně financovaný a postavený studenty ve spolupráci s vedením klubu Had. V minulosti již tento park několik podobných závodů hostil. Pro splnění cíle této práce, tedy zachycení přípravy, organizace a vyhodnocení celé akce poslouží závody, které se zde pořádaly v roce 2013 nazvané Neephase Jib Contest pořádáné

značkou Neephase. Datum termínu bylo nakonec stanoveno na 20. 12. 2013, Značka Neephase je firma zabývající se točením reportážních a reklamních videí. Vedle toho mají i vlastní kolekci oblečení. Celá tato akce sloužila v podstatě jako sebepropagace a zviditelnění značky Neephase spojená s freeskiingovými a snowboardovými závody. Ke konci této části je citován článek, který vyšel na internetových stránkách www.freeride.cz několik dní po skončení závodů.

Budeme-li vycházet z definice sportovní akce podle Novotného, jednalo se o jednodenní akci, která byla otevřená veřejnosti. Samotné závody se jely venku v odpoledních hodinách, závěrečná afterparty proběhla v prostorech klubu. Akce byla neziskového rázu a část tržby na baru byla použita na modernizaci a nákup materiálu do jib parku.

Datum závodů bylo oznámeno se zhruba měsíčním předstihem. Vzhledem k nedostatku sněhu a příznivým teplotním podmínkám měli organizátoři všechny důvody si myslet, a že sněhu na závod bude dostatek. Bohužel asi dva týdny po oznámení termínu přišla obleva a v podstatě žádný sníh nezbyl.

První věc, kterou provozní klubu a organizátoři závodu řeší, je souhlas vedení kolejí. Z dlouhodobé známosti mezi vedením kolejí a provozním sektorem klubu Had šlo ale spíše o formalitu a závod se mohl bez problémů uskutečnit. Jedna z důležitých věcí, které je při podobných venkovních akcích dodržovat, je noční klid. Dění se tak po skončení závodů přesunulo do prostorů klubu Had.

Další z esenciálních fází přípravy znamenalo uvést jib park do provozuschopného stavu a předejít tak zbytečným komplikacím během závodu nebo případným zraněním z důvodů podcenění oprav nájezdu na překážky. Park byl postaven postaven před několika lety. Peníze na postavení parku tehdy poskytl provozní klubu Had a uspořádala se i dobročinná sbírka přímo v klubu. Za peníze se nakoupilo železo a plechy na svaření překážek. Rozjed na tyto překážky byl postaven ze dřeva, nicméně na jeho stavbu bylo použito například i pár starých lyží. Během několika měsíců provozu se však

začaly objevovat první problémy s nosnou konstrukcí a rozjezd musel být předělán. Opravy probíhaly asi týden před zahájením akce.

Celá akce byla podpořena několika sponzory. Ti byli získáni převážně firmou Neephase. Jednalo se firmy *Funstorm*, *Revolution*, *Boardstar.cz*, *Ollieshop.cz*. Všechny tyto firmy mají blízký vztah ke sportům jako skateboarding, snowboarding, freeskiing a podobně. Na typově podobných akcích se tyto firmy vždy rády zviditelní poskytnutím cen pro vítěze. V tomto případě to byla trička, čepice a jiné oblečení a dárkové předměty. Vedení klubu Had poskytlo prostory pro konání celé akce a sehnalo sponzora v podobě pivovaru Rohozec. Celou akci také podporovala značka Redbull, která poskytla osvěžení pro všechny jezdce.

I když byla akce naplánovaná na druhou půli prosince, už dva týdny před začátkem byl fatální nedostatek sněhu. Výhoda sportoviště u Hada spočívá v umělohmotných kartáčích, po kterých se dá jezdit jako na sněhu avšak je zde větší riziko zranění. Pro závod tak bylo nemyslitelné, aby se závod jel bez sněhu, poněvadž by půlka jezdců na závody bez sněhu ani nedorazila. Vedení klubu Had tak poskytlo 2 tisíce korun dobrovolníkům pracujícím na přípravách na dovoz sněhu. Místo, kde sněhu zbylo relativně dost, bylo parkoviště Maliník na Bedřichově. Během několika hodin bylo z Bedřichova odvezeno 5 vozíků sněhu, který měl pokrýt rozjezdy, náskoky a dopady i dvou překážek. Sníh byl navezen v předvečer závodu a ponechán pod plachtou v areálu jib parku. Ten byl následující den rozprostřen organizátory a jezdci dle potřeby. V průběhu závodu i lehce zapršelo a sníh se tak musel na některá místa přihazovat.

Akce byla propagována zejména na facebooku. Vzhledem k cílové skupině to byla nejefektivnější cesta, jak na akci dostat co nejvíce lidí. Událost vytvořilo na Facebooku vedení firmy Neephase a sdílena byla přes stránku, kterou spravuje klub Had. V případě podobných akcí je výhodou, že událost sdílí i někteří účastníci a o události se tak dozví mnohem více lidí. Vylepeny byly také plakáty v areálu Harcovských kolejí.

Poslední důležitou věcí byl hudební doprovod, o který se postaral DJ P.Illa. Domluvy mezi DJs a kluby bývají často o domluvě. Klub Had praktikuje systém, kdy je DJovi vyplaceno určité procento z večerní tržby plus pití zdarma.

V příloze je článek, který vyšel na stránkách www.freeride.cz asi týden po skončení celé akce. Příloha rovněž obsahuje DVD s videem, které dokumentuje proběhlé závody.

Diskuze

Hlavní cíl této práce byl dosažen, tedy popsat a ucelit poznatky, které o freeskiingu máme. Byla popsána historie a vývoj do dnešní podoby. Byly rovněž popsány marketingové cesty, kterými se tento sport nejčastěji prezentuje veřejnosti. Těmi jsou nejčastěji sociální sítě. Nastíněn byl tak i marketingový potenciál, které toto rychle rostoucí sportovní odvětví v sobě skrývá.

Další cíl práce byl splněn prostřednictvím ankety pro širokou veřejnost. Bylo zjištěno, že více než polovina dotázaných není obeznámena s pojmem freeskiing, či si není úplně jista významem tohoto pojmu. Nejvíce kladných odpovědí bylo zaznamenáno u respondentů, kteří se pohybují ve věkové kategorii 21-30 let. To má rozhodně své opodstatnění, neboť se jedná o sport, který vstoupil do podvědomí právě prostřednictvím internetu a sociálních sítí. Teprve až posledních pár let se freeskiing objevuje například i ve vysílání České televize a veřejnost má tak snadnější přístup se o tomto sportu něco dozvědět. Překvapením pak už nebylo, že širší povědomí o tomto sportu mají respondenti, kteří mají kladný vztah k zimě a zimním sportům a sami rekreačně lyžují.

Dílčím cílem bylo rovněž sestavení profilu klasického freeskiera. Protože v Čechách není zatím dostatečně velká základna, byl počet respondentů 23. Mezi nimi se jsou jak rekreační jezdci, tak i jezdci, kteří dostávají za své výkony v oblasti tohoto sportu i různé formy podpory. Anketa měla za cíl zjistit, co vlastně jim tento sport přináší. Mezi respondenty ankety byl i český reprezentant Marek Skála. Z ankety vyšlo najevo, že motivace profesionálního freeskiera a rekreačních freeskierů nejsou až tolik rozdílné. Převažovaly odpovědi jako nové zážitky, nová přátelství, zábava a cestování. Za pozitivní lze tak považovat, že tento sport je i pro profesionála víceméně to samé, co pro rekreačního jezdce. Stále se jedná o zábavu. Je to dáno i tím, že v tomto sportu zatím není tolik peněz (alespoň u nás). Na

rozdíl od ostatních forem lyžování (skoky, alpské disciplíny) tak lze pozorovat naprosto odlišné chování i mezi závodníky navzájem. Jejich vztahy jsou převážně přátelského charakteru, rivalita zde skoro neexistuje.

Podle odpovědí respondentů druhé ankety jsou činnosti (pořádání závodů a podobně) vykonávané Svazem lyžařů české republiky hodnoceny převážně neutrálně, protože jen málo freeskierů pocházejících z Čech se zúčastňuje závodů spadajících pod hlavičku FIS (Mezinárodní lyžařská federace). Sekce akrobatického lyžování má pouze 14 reprezentantů, sdružující jak Alpské disciplíny, tak i Akrobatické lyžování, což není mnoho. Důvodů to má několik, ale asi nejdůležitější je vlastně i příčina vzniku freeskiingu. Od začátku se jednalo o sport, který nelze zasadit do přísných měřítek a regulí, které organizace FIS vyžaduje u ostatních sportů. Zároveň panuje mezi freeskiery a snowboardisty k organizaci FIS jistý odpor. Tento měsíc během závodů světového šampionátu řekl Joe Fitzgerald (FIS Race Director) frustrovaným závodníkům, že na čem záleží je televize a sponzoři a že oni (jezdci) v podstatě nic nedělají. Není pak divu, že v takovém prostředí se jezdci nechtějí vůbec vyskytovat. Dalším důvodem je určitě i fakt, že v České republice není mnoho lidí, kteří by se tímto sportem přímo živili a nemají tak důvod se podobných závodů zúčastňovat. (NEWSCHOOLERS, 2017), (SVAZ LYŽAŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY, 2017)

Závěr

Cílem této práce bylo seznámit s freeskiingem a vymezit tento sport jako celek, čehož bylo docíleno.

Dalším cílem bylo zjistit, do jaké míry je freeskiing rozšířen mezi širokou veřejností. K tomu byla použita anketa, která obsahovala otázky týkající se freeskiingu. Z odpovědí je patrné, že veřejnost s tímto sportem obeznámena příliš není. Větší informovanost vykazovala skupina respondentů, která má pozitivní vztah k zimě, zimním sportům a rekreačním lyžařů.

Z odpovědí ankety pro freeskiery vyšlo najevo, že často provozovaným sportem freeskiery přes léto je právě skateboarding a freestylové brusle, což není náhoda. Jedná se v podstatě o stejnou formu ježdění, akorát na jiném povrchu. Kromě zlepšování koordinačních schopností dávají tyto sporty rovněž prostor k rozvoji kreativity, minimálně co se ježdění týče. V důsledku mají pak všechny tyto sporty společnou jednu věc a tou je surfing. První skateboardisti byli často zároveň surfeři, kteří chtěli jezdit na vodě i na betonu. Tyto dva sporty se zejména ze začátku velmi ovlivnily. Časem přibyla potřeba dělat ty stejné také na sněhu a vznikl snowboard. Freestylové lyžování vzniklo a vyvíjelo se paralelně se snowboardem a na jeho vývoj tak měly všechny tyto sporty obrovský vliv. Dá se tak říct, že až v posledních 10-15 letech dostal freeskiing svou tvář, která se formovala už od jeho počátků až do bodu, jak ho známe dnes.

Dalším společným znakem pro freeskiery jsou bohužel i zdravotní problémy týkající se převážně kolen. 5 freeskiery z celkového počtu 23 dotázaných vypovědělo, že mají operované koleno. Na toto číslo se dá pohlížet, že se jedná o necelou pětinu ze všech respondentů, nicméně toto číslo je poměrně alarmující. U některých z dotázaných se totiž nejedná o jedinou operaci kolen, kterou podstoupili. Riziko zranění zde zkrátka existuje a proto je jen na freeskierech, jak se k tomuto problému postaví. Jednou z variant,

jak se podobným zraněním vyvarovat je pravidelný strečink a posilování svalů, které se upínají na kolenní kloub a pochopitelně mít vždy správně nastavené vázání.

Z ankety pro freeskiery vyplynula důležitost jezdit se svými přáteli, navazovat nové kontakty a cestovat. Anketa pro širokou veřejnost obsahovala otázku, co jim brání ve vyzkoušení tohoto sportu. Velká část odpovědí se týkala toho, že lidé neví, jak pořádně začít, nemají s kým jezdit a podobně. Z toho vyplývá, že je pro tento sport esenciální přítomnost přátel a dalších lidí. Ti se mohou od sebe navzájem učit a inspirovat se, což přináší do tohoto sportu velmi důležitou inovativní složku.

Z toho důvodu byla zachycena příprava, průběh a vyhodnocení freeskiingových závodů na harcovských kolejích, kde jedinou podmínkou pro přihlášení do závodu je zaplatit 50,- na startovné a mít s sebou alespoň základní vybavení. Při této příležitosti mohou lidé, kteří nejezdí, vyzkoušet freeskiing za asistence jezdců, kteří mají s freeskiingem dlouholeté zkušenosti. V tomto ohledu je tak splněn jeden z hlavních cílů práce - blíže představit tento sport široké veřejnosti, která se této sportovní akce nějakou formou zúčastní

Seznam použitých zdrojů

KNIŽNÍ PUBLIKACE

ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management v tělesné výchově a sportu*. 1.vyd. Praha: Nakladatelství Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0050-1

ČÁSLAVOVÁ, Eva. *Management a marketing sportu*. Praha: Olympia, 2009. ISBN 978-80-7376-150-9.

EVROPSKÁ KOMISE, *Bílá kniha o sportu*. Místo vydání: Lucemburk: Úřad pro úřední tisky Evropských společenství, 2007. ISBN 978-92-79-06547-7.

JUKLÍČKOVÁ-KRESTOVÁ A KOLEKTIV. *Pohybové hry dětí předškolního věku*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1989. ISBN 80-04-24497-1

KORVAS, Pavel a KYSEL, Jiří. *Pohybové aktivity ve volném čase*. Brno: Centrum sportovních aktivit Vysokého učení technického v Brně, 2013. ISBN 978-80-214-4731-8.

LINHART A KOLEKTIV. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-310-5.

NOVOTNÝ, Jiří. *Sport v ekonomice*. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011. ISBN 978-80-7357-666-0.

PÁVKOVÁ, Jiřina. *Pedagogika volného času: teorie, praxe a perspektivy mimoškolní výchovy a zařízení volného času*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-569-5.

PÁVKOVÁ, Jiřina. *Průvodce studiem oboru Pedagogika volného času*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2003. ISBN 80-7083-757-8.

PRŮCHA, Jan A KOLEKTIV. *Pedagogický slovník*. 7., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Portál, 2013. ISBN 9788026204039.

ROVNÝ A KOLEKTIV. *Pohybové hry dětí předškolního věku*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1988. ISBN 067-199-88

VOLÁK, Jiří a MIKULA, Lukáš. *Freeskiing: newschool lyžování*. Praha: Grada, 2009. Sport extra. ISBN 978-80-247-2837-7.

INTERNETOVÉ ZDROJE

ČLENOVÉ SLČR. *Svaz lyžařů České republiky* [online]. [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: (<http://evidence.czechski.com/Persons/List?Filter.FirstName=&Filter.LastName=&Filter.BirthYearFrom=&Filter.BirthYearTo=&Filter.Gender=&Filter.IndividualMember=false&Filter.Coach=false&Filter.Referee=false&Filter.Racer=false&Filter.Repre=true&Filter.Repre=false&Filter.RepreClass=&Filter.Instructor=false&Filter.RegionId=-1&Filter.TeamName=&Filter.DepartmentId=1&Filter.SubDepartmentId=-1&List=Vyhledat>)

FIS Official Tells Pros At Contest "You Don't Do Anything". *Newschoolers* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.newschoolers.com/news/read/FIS-Official-Tells-Pros-Contest-Don>

Neephase Jib Contest report. *Freeride.cz* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://www.freeride.cz/ski/novinky/neephase-jib-contest-report--18941/>

Gear Made Clear: Ski Bindings. *Freeskier* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://freeskier.com/stories/gear-made-clear-ski-bindings>

Pohybové hry. *Základní a mateřská škola Nučice* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: http://www.zs-nucice.cz/UserFiles/File/eu_new_321-460/VY_32_INOVACE_436.pdf

Poradna/Guide. *Snowpanic* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: http://www.snowpanic.cz/freeskiers-guide.html#freeski_technologie

The North Face: The Rise Ep. 1 - The History of Freeskiing Z: *Youtube* [online]. 17. 11. 2013 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0yNJ0K7ltsM>

The North Face: The Rise Ep. 2 - The Free Side of Freeskiing Z: *Youtube* [online]. 24. 11. 2013 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=gP3g9Cxv7a0>

The North Face: The Rise Ep. 3 - The New Canadian Airforce Z: *Youtube* [online]. 27. 11. 2013 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=lUumd_2q_UU

The North Face: The Rise Ep. 4 - Early Competition Z: *Youtube* [online]. 4. 12. 2013 [cit. 2017-02-03]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=4u0mYU5qQ38>

The North Face: The Rise Ep. 8 - The History of Ski Filmmaking. *Youtube* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=S1-CkGUY2Dk>

The North Face: The Rise Ep. 9 - E-volution. *Youtube* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=mwbqBiWbcHQ>

The top 20 park skis of 2017. *Freeskier* [online]. [cit. 2017-05-02]. Dostupné z: <http://freeskier.com/stories/top-20-park-skis-2017>

Úloha sponzoringu. Ing. Tomáš Hajiček, MSc. [online]. [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <http://www.vseomarketingu.estranky.cz/clanky/marketing/uloha-sponzoringu.html>

Přílohy

Autorem článku, který vyšel na webu www.freeride.cz týdně po skončení závodů, je Jakub Sejkora, spolumajitel firmy Neephase. Ve zdrojích je uvedena URL adresa na článek, jenž obsahuje i video z celé akce. Toto video je uloženo na serveru www.vimeo.com. Toto video je rovněž součástí bakalářské práce na DVD.

ČLÁNEK

Minulý týden se v Jib Parku u klubu Had na harovských kolejích konal Neephase Jib Contest. Celej večer se jezdilo na lyžích i snowboardech za pohodový atmosféry

na dvou překážkách, ke kterým téměř desítka nadšenců a srdcařů navázela přes den sněh až z Bedřichova. Všechno se včas stihlo, sněhu nebylo ani moc, ale ani málo a tak nic nestálo v cestě večeru na lyžích a snowboardech.

Contest probíhal formou jamu a všichni se tak mohli ukázat v průběhu celého večera za hudebního doprovodu, o který se postaral DJ P.Illa, který ačkoliv hrál v klubu, byl díky reprákům venku slyšet na celej Harcov a na škodu určitě nebylo osvětlení celého parku, které zařídil klub Had. Za večer toho bylo k vidění hodně na lyžích i snowboardech, kreace na trubce střídali kreace při pádech. Divákům byla možná trochu zima, ačkoliv počasí se před contestem snažilo, aby byl Liberec bez sněhu, ve středu se rozhodlo, že bude nehorázná kosa a tak se všichni průběžně chodili ohřívat do klubu, kde se posilňovali tekutinami různých druhů.

Freeski jam dopadl takhle: 1. Ondřej "Ozzy" Nosek 2. Vojta Kobosil 3. Ondra Pour. Snowboard jam ovládli kluci ze Snowvictims.cz následovně: 1. Lukáš Bendák 2. Jakub "Shymonkey" Šimůnek 3. Matěj Kučera Vítězové si odnesli trička z nové kolekce od Neephase + další drobnosti a ani zbytek vyhlášených neodešel díky partnerům akce s prázdnou. Spešl cenu - redbull lod' za besttrick, který nikdo nepojmenoval dostal Ondřej "Ozzy" Nosek.

Celej večer se v poklidu uskutečnil jen díky podpoře od *Neephase Clothing*, *Funstorm*, *Revolution*, *Boardstar.cz*, *Ollieshop.cz*, *HAD Klub*, *Pivovar Rohozec* a *redbull.cz/studentO* fotografie se postaral Jiří "Baryman" Bareš a video natočili a sestříhali Michal Duňka a Filip Schubert

